

Gamificação no Ensino de Publicidade e Propaganda: experiências de metodologia ativa¹

Gabriel Ferraciolli Soares²
Universidade Católica Dom Bosco (UCDB)

RESUMO

Este relato apresenta uma experiência de uso da gamificação como metodologia ativa no curso de Publicidade e Propaganda da Universidade Católica Dom Bosco (UCDB). A proposta integrou práticas pedagógicas inovadoras, centradas no protagonismo discente e na construção coletiva do conhecimento, a partir de dinâmicas lúdicas e colaborativas inspiradas em jogos. Os resultados apontam para maior engajamento, melhoria da aprendizagem e contribuição ao desenvolvimento de competências previstas nas Diretrizes Curriculares Nacionais. A experiência se insere nas discussões do Fórum Ensicom ao propor caminhos para a renovação metodológica e curricular nos cursos de Comunicação.

PALAVRAS-CHAVE: ensino de comunicação; gamificação; metodologias ativas; Publicidade e Propaganda.

1. Introdução

As transformações tecnológicas e culturais que marcam o século XXI impõem novos desafios à educação superior, especialmente no campo da Comunicação, onde a formação de profissionais exige domínio técnico, senso crítico e capacidade criativa. Nesse contexto, cresce o interesse por metodologias ativas que rompam com a lógica transmissiva do ensino tradicional, promovendo uma aprendizagem significativa, participativa e interdisciplinar.

O presente trabalho relata uma experiência de aplicação da gamificação no ensino de Publicidade e Propaganda da Universidade Católica Dom Bosco (UCDB), alinhando-se aos princípios das Diretrizes Curriculares Nacionais (DCNs) do curso, que preconizam a formação integral, ética e crítica dos estudantes.

2. Fundamentação

¹ Trabalho apresentado no Fórum Ensicom, evento integrante da programação do 25º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste, realizado de 20 a 22 de maio de 2025.

² Professor do Curso de Publicidade e Propaganda da UCDB, email: gabriel.ferraciolli@ucdb.br

As Diretrizes Curriculares para os cursos de Comunicação incentivam abordagens pedagógicas que privilegiem a articulação entre teoria e prática, bem como o desenvolvimento de competências gerais e específicas. A gamificação, entendida como o uso de elementos de jogos em contextos não lúdicos, surge como estratégia pedagógica promissora, ao estimular a motivação intrínseca, a resolução de problemas e o trabalho colaborativo.

A gamificação é uma estratégia pedagógica baseada na incorporação de elementos típicos dos jogos — como pontuação, desafios, níveis, recompensas e feedback imediato — em contextos não lúdicos, como o ambiente educacional. Feedback e Orientação favorecem respostas imediatas do sistema ao jogador, isso possibilita que falhas possam ser evitadas, ou que o sujeito possa ser conduzido na recuperação de algum erro (BUSARELLO; ULBRICHT; FADEL, 2014). O objetivo é potencializar a motivação dos participantes, despertando o engajamento e o interesse por meio de experiências imersivas e interativas. Ao aliar dinamicidade e propósito, a gamificação transforma a sala de aula em um espaço de aprendizagem ativa, no qual o estudante é incentivado a participar, competir de forma saudável e colaborar com os colegas, assumindo um papel mais autônomo e protagonista em seu processo formativo.

No campo do ensino-aprendizagem, a gamificação se destaca por favorecer o envolvimento emocional e cognitivo dos estudantes, promovendo a resolução de problemas, a criatividade, o pensamento estratégico e a tomada de decisões (LORENZONI, 2016). Essas competências são fundamentais em áreas como a Comunicação, em que o raciocínio ágil e a capacidade de inovação são exigências constantes do mercado. Além disso, ao promover uma aprendizagem significativa e contextualizada, a gamificação pode contribuir para a redução da evasão e para a melhoria da permanência estudantil, ao tornar a experiência educacional mais atraente, dinâmica e alinhada aos interesses contemporâneos.

O uso de metodologias ativas como a gamificação responde diretamente ao perfil do estudante atual (CETIC, 2016), caracterizado por sua familiaridade com tecnologias digitais, preferência por ambientes interativos e valorização de experiências práticas. Esses estudantes esperam ser desafiados, participar da construção do conhecimento e aplicar os conteúdos em situações reais ou simuladas. As metodologias ativas deslocam o foco da transmissão passiva de informações para uma aprendizagem centrada no

estudante, integrando teoria e prática, promovendo a interdisciplinaridade e fomentando a autonomia intelectual. Tal abordagem é coerente com as Diretrizes Curriculares Nacionais, que apontam para uma formação crítica, reflexiva e contextualizada nos cursos de Comunicação.

A experiência relatada ocorreu em disciplinas práticas e teóricas do curso de Publicidade e Propaganda da UCDB, envolvendo estudantes em atividades estruturadas por meio de jogos e desafios criativos. Essa abordagem buscou reduzir índices de evasão e retenção, ampliando o vínculo do estudante com o processo de aprendizagem e com a própria instituição.

3. Metodologia da Experiência

A proposta foi desenvolvida ao longo de um semestre letivo. Os estudantes foram organizados em equipes e convidados a participar de uma simulação gamificada do ambiente profissional da publicidade. Cada equipe acumulava pontos a partir do desempenho em "missões" como criação de campanhas, elaboração de peças publicitárias, apresentações públicas, entre outras.

A aplicação da gamificação como metodologia ativa no curso de Publicidade e Propaganda da UCDB foi estruturada a partir de momentos pontuais ao longo do semestre, estrategicamente planejados para reforçar conteúdos específicos da disciplina. Identificadas as etapas em que os conceitos exigiam maior fixação ou aprofundamento, foram desenvolvidas dinâmicas inspiradas em jogos populares e de fácil reconhecimento por parte dos estudantes, como Perfil, Quiz, e jogos de perguntas e respostas. Essas atividades foram adaptadas ao contexto dos conteúdos programáticos, com o objetivo de estimular a participação ativa dos alunos, promover a assimilação dos conceitos de forma lúdica e facilitar a memorização por meio da experiência prática e do desafio colaborativo.

Além das dinâmicas baseadas em jogos, a atividade gamificada também incorporou práticas de educação midiática, por meio do uso de materiais pedagógicos fornecidos pelo Instituto Palavra Aberta. Esses recursos possibilitaram a mediação de discussões sobre o uso crítico e consciente das mídias, alinhando os conteúdos da disciplina com os princípios da alfabetização midiática e informacional. Os estudantes foram estimulados a analisar peças de mídia, identificar estratégias de comunicação, distinguir fatos de

opiniões e compreender os processos de produção e circulação de informação no ambiente digital. Essa abordagem integrada reforçou a capacidade de leitura crítica dos meios, ao mesmo tempo em que promoveu o engajamento cognitivo dos alunos e consolidou os temas abordados em aula sob uma perspectiva prática e contemporânea. O sistema de pontuação considera critérios como criatividade, viabilidade, coerência com o briefing e responsabilidade ética. Essas atividades auxiliam no desenvolvimento de habilidades (soft skills) de comunicação, oratória, trabalho em equipe e raciocínio lógico.

4. Resultados e Discussão

A análise dos resultados da experiência apontou benefícios expressivos. Observou-se maior engajamento dos estudantes, melhoria na qualidade das entregas, aumento da frequência e da participação em aula. Houve, ainda, ampliação das habilidades interpessoais, como liderança, gestão de tempo, negociação e trabalho em equipe.

A gamificação também se mostrou eficaz para reduzir a evasão e reforçar a permanência estudantil, ao transformar a sala de aula em um espaço mais dinâmico, interativo e alinhado às expectativas das novas gerações. A experiência reforça a importância de práticas pedagógicas coerentes com as DCNs e com os desafios do cenário profissional contemporâneo.

A aplicação pontual e estratégica da gamificação ao longo do desenvolvimento da disciplina demonstrou impactos significativos na dinâmica da sala de aula e no envolvimento dos estudantes. Observou-se, de forma recorrente, um aumento no nível de participação dos alunos durante as atividades gamificadas, especialmente em momentos em que os conteúdos exigiam maior esforço cognitivo para sua assimilação.

O uso de jogos reconhecidos — como Perfil, Quiz e dinâmicas de perguntas e respostas — facilitou a compreensão e a revisão dos temas trabalhados em aula, promovendo um ambiente de cooperação, competição saudável e valorização do protagonismo discente.

Outro resultado relevante foi a melhoria na capacidade de retenção e articulação dos conteúdos, especialmente quando os conceitos foram contextualizados por meio das dinâmicas mediadas pelos materiais da educação midiática. A introdução dos recursos pedagógicos do Instituto Palavra Aberta, com ênfase na leitura crítica das mídias, reforçou o entendimento dos estudantes quanto ao papel da comunicação na sociedade,

estimulando uma postura mais reflexiva e ética frente à produção e consumo de informações. Os alunos demonstraram maior capacidade de análise e argumentação ao relacionar os conteúdos teóricos com exemplos práticos extraídos do cotidiano midiático.

Tais evidências apontam para a efetividade das metodologias ativas, em especial da gamificação, como instrumentos de superação dos desafios tradicionais no ensino superior, como a baixa participação, a desmotivação e a dificuldade de vincular teoria e prática. Ao colocar o estudante como agente central do processo formativo, essas estratégias dialogam diretamente com as Diretrizes Curriculares Nacionais para os cursos de Comunicação, que orientam para uma formação crítica, criativa e conectada às transformações sociais e tecnológicas em curso. A experiência relatada também sugere caminhos possíveis para diminuir índices de evasão e retenção, ao tornar o ambiente pedagógico mais inclusivo, interativo e sensível às características da geração atual de estudantes.

5. Considerações Finais

A experiência relatada evidencia o potencial da gamificação como estratégia pedagógica eficaz para o ensino de Comunicação, sobretudo ao ser aplicada em momentos específicos com o intuito de reforçar e consolidar conteúdos-chave da disciplina. Ao mobilizar recursos lúdicos, dinâmicas participativas e materiais didáticos voltados à educação midiática, foi possível construir um ambiente de aprendizagem mais ativo, reflexivo e compatível com as exigências contemporâneas do campo comunicacional.

Nesse sentido, a proposta se alinha às diretrizes que orientam a formação acadêmica na área, especialmente ao valorizar a interdisciplinaridade, a criticidade e a autonomia do estudante. Além disso, práticas como essa contribuem diretamente para enfrentar desafios estruturais do ensino superior brasileiro, como a evasão e a retenção, promovendo o engajamento por meio de metodologias que respeitam a diversidade de perfis e estilos de aprendizagem.

Considerando a atualidade e pertinência das metodologias ativas, recomenda-se o estímulo à sua adoção sistemática nos cursos de Comunicação, articulando os conteúdos curriculares às práticas pedagógicas inovadoras e aos recursos midiáticos disponíveis.

Tal movimento não apenas qualifica o processo de ensino-aprendizagem, como também fortalece o compromisso das instituições com uma formação superior de qualidade.

REFERÊNCIAS

BUSARELLO, Raul Inácio; ULBRICHT, Vania R; FADEL, Luciane M. **A gamificação e a sistemática 1 de jogo: conceitos sobre a gamificação como recurso motivacional:** in Gamificação na Educação. Luciane Maria Fadel, Vania Ribas Ulbricht, Claudia Regina Batista, Tarcísio Vanzin, organizadores.. São Paulo: Pimenta Cultural, 2014.

CETIC. **Pesquisa tic educação 2016.** Disponível em: <<http://cetic.br/pesquisa/educacao/indicadores>>. Acesso em: 25 out. 2024.

FADEL, L. M. et al. **Gamificação na educação.** São Paulo: Pimenta Cultural, 2014.

HUIZINGA, Johan. **Homo ludens:** o jogo como elemento da cultura. 4 ed. São Paulo: Perspectiva, 2000.

KAPP, Karl M. **The gamification of learning and instruction:** game-based methods and strategies for training and education. San Francisco: Pfeiffer, 2012.

LI, Wei; GROSSMAN, Tovi; FITZMAURICE, George. GamiCAD: A Gamified Tutorial System For First Time AutoCAD Users. **UIST '12**, Cambridge, Massachusetts, USA, p. 103-112, out. 2012. Disponível em: <http://www.dgp.toronto.edu/~tovi/papers/2012_UIST_gamicad.pdf>. Acesso em: 21 set. 2024.

LORENZONI, Marcela. **Pequeno glossário de inovação educacional.** São Paulo: Geekie, 2016.

PELLING, Nick. The (short) prehistory of “gamification”.... **Funding Startups (& other impossibilities)**, Reino Unido, ago. 2011. Disponível em: <<https://nanodome.wordpress.com/2011/08/09/the-short-prehistory-of-gamification/>>. Acesso em: 26 set. 2025.

VIANNA, Y. et al. **Gamification, inc:** como reinventar empresas a partir de jogos. Rio de Janeiro: MJV Press, 2013.